

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PRODUK TAHU DENGAN
MENGUNAKAN METODE REGRESI
(STUDI KASUS: UKM PABRIK TAHU “PAK BUDI”)**

TUGAS AKHIR

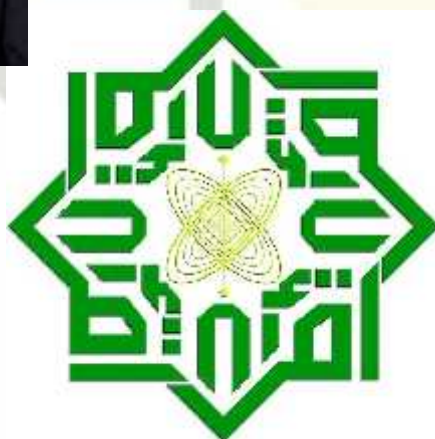
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Teknik Industri



OLEH

NOVI MONITA

11352103511



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2019**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PRODUK TAHU
DENGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI
(STUDI KASUS: UKM PABRIK TAHU "PAK BUDI")**

TUGAS AKHIR

Oleh :

NOVI MONITA
11352103511

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 30 Desember 2019

Ketua Jurusan

Pembimbing Tugas Akhir



Dr. Fitra Lestari Nprhiza, ST, M.Eng.
NIP. 19851606 201401 1 016



Muhammad Ihsan Hamdy, ST., MT
NIK. 130 517 096

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PRODUK TAHU
DENGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI
(STUDI KASUS: UKM PABRIK TAHU "PAK BUDI")**


TUGAS AKHIR

Oleh :

NOVI MONITA
11352103511

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 23 Desember 2019

Pekanbaru, 30 Desember 2019
Mengesahkan,


Dekan
Dr. Ahmad Darmawi, M.Ag
NIP. 19660604 199203 1 004

Ketua Program Studi

Dr. Elra Lestari, ST., M.Eng
NIP. 19850616 201101 1 016


DEWAN PENGUJI :

Ketua : Harpito, ST., MT

Sekretaris : Muhammad Ihsan Hamdy, ST., MT

Anggota I : Ismu Kusumanto, ST., MT

Anggota II : Wresni Anggraini, ST., MM



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 30 Desember 2019

Yang membuat pernyataan,

NOVI MONITA
NIM: 11352103511

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al-'Alaq 1-5)

Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat (QS : Al-Mujadilah 11)

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil' alamin..

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang, atas takdir Mu telah Kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Serta Sholawat beriring salam selalu terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhammad SAW.

Tidak banyak yang dapat saya ungkapkan selain ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya atas doa dan dorongan yang tiada hentinya dari kedua orang tua saya, mama dan papa serta kakak dan adik yang selama ini dengan penuh kesabaran dan semangat dalam memberikan dorongan bagi saya hingga dapat menyelesaikan perkuliahan di jurusan teknik industri ini.

Dan ungkapan rasa terimakasih yang begitu besar untuk dosen pembimbing yang selama ini selalu membantu dan memberikan motivasi ataupun dorongan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Karna tanpa beliau tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan seperti sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 30 Desember 2019

NOVI MONITA
NIM. 11352100154

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PRODUK TAHU DENGAN
MENGUNAKAN METODE REGRESI
(STUDI KASUS: UKM PABRIK TAHU “PAK BUDI”)**

NOVI MONITA
NIM: 11352103511

Tanggal Sidang :
Tanggal Wisuda :

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No. 155 KM 15 Pekanbaru

ABSTRAK

Kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan sebuah produk. Permasalahan yang ada di Pabrik Tahu “ Pak Budi” adalah volume penjualan yang terjadi penurunan dan peningkatan yang signifikan pada tiap bulannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap volume penjualan. Untuk mengetahui faktor mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap volume penjualan di Pabrik Tahu “Pak Budi”. Dalam penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan dilah menggunakan aplikasi SPSS 6.0. Dari analisa uji hipotesis, kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan, tetapi variabel pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Pelayanan, Volume Penjualan

**ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY FACTORS AND SERVICES
AFFECTING VOLUME OF PRODUCT SALES TOFU USING THE
REGRESSION METHOD
(CASE STUDY: "PAK BUDI" TOFU FACTORY)**

NOVI MONITA
NIM: 11352103511

Date of Final Exam :
Date of Graduation Ceremony :

Industrial Engineering Departement
Faculty of Science and Technology
Sultan Syarif Kasim of Riau State Islamic University
Jl. HR. Soebrantas St. 155th Km 15 Pekanbaru

ABSTRACT

Product and service quality is a factor that influences the sales volume of a product. The problem at the "Pak Budi" Tofu Factory is the volume of sales which has decreased and a significant increase in each month. The purpose of this study was to determine the effect of product and service quality on sales volume. To find out which factors have the most dominant influence on sales volume at the "Pak Budi" Tofu Factory. In this study primary data were obtained using a questionnaire and followed using the SPSS 6.0 application. From the analysis of hypothesis testing, product quality has a significant effect on sales volume, but service variables do not have a significant effect on sales volume.

Keywords: *Product Quality, Service, Sales Volume*

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb. Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul ” **Analisis Faktor Kualitas Produk Dan Pelayanan Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Tahu Dengan Menggunakan Metode Regresi** ” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak. Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak. Dr. Ahmad Darmawi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Fitra Lestari Nohirza, Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnelly, S.Kom., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Muhammad Ihsan Hamdy, ST., MT selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis Bapak Harmon, Ibu Ermanita, Abang Afrio, Kakak Ria Monica, Amd.AK, Kembaran Nova Monica, Amd.AK dan seluruh keluarga besar penulis yang selama ini telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menempuh pendidikan hingga S1 di Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Yang paling spesial Puput Ramadhani yang selalu menceramahi saya ketika saya merasa pesimis dan malas ketika mengerjakan skripsi. Selalu memberikan saya semangat dan motivasi kepada saya.
9. Yang paling sangat istimewa sahabat-sahabat saya dari dulu sampai sekarang Husnul Dwinanda, Al Takamul Aulia F, Said Muhammad Iqbal, Muhammad Abdul Hamid, Dinda Hanifah, Tria Bella, Igo Adam Kurniawan, Deny Ariyandi, Yogi Kurniawan dan Masngudiono yang selalu menghibur dan memberi saya motivasi, semoga kita bisa wisuda bareng.
10. Yang terkhusus sahabat-sahabat dan orang terdekat saya Yulia Kharisma, Rio Andesta, Kurnia Gustia Nova, Nofia Putri Sundari, Maisyarah Navillah, Arief Syariefky, Sucy Kartika, Sabarianto Sihombing, Octomi Yanda Putra, Wais Aulya, Emilia Murni, Bale, Dita Febrilia, Gusti Ihsan, Ezfandy Rahman, Anggre Dwi Angriawan, Ferdiansyah, Putri Alvitha, Noval Adam, Wendri Saputra, Ghina Amalina, Deka Nadia Putri, Ichwansyah Saputra, Sabra Bona Benago, Hafiz Kurnia, Zhafran Yafi, kakanda-kakanda dan alumni
11. Rekan-rekan seperjuangan, Mahasiswa Teknik Industri UIN SUSKA Riau khususnya Angkatan 2013 lokal A, Senior, Junior dan Alumni serta sahabat KKN yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

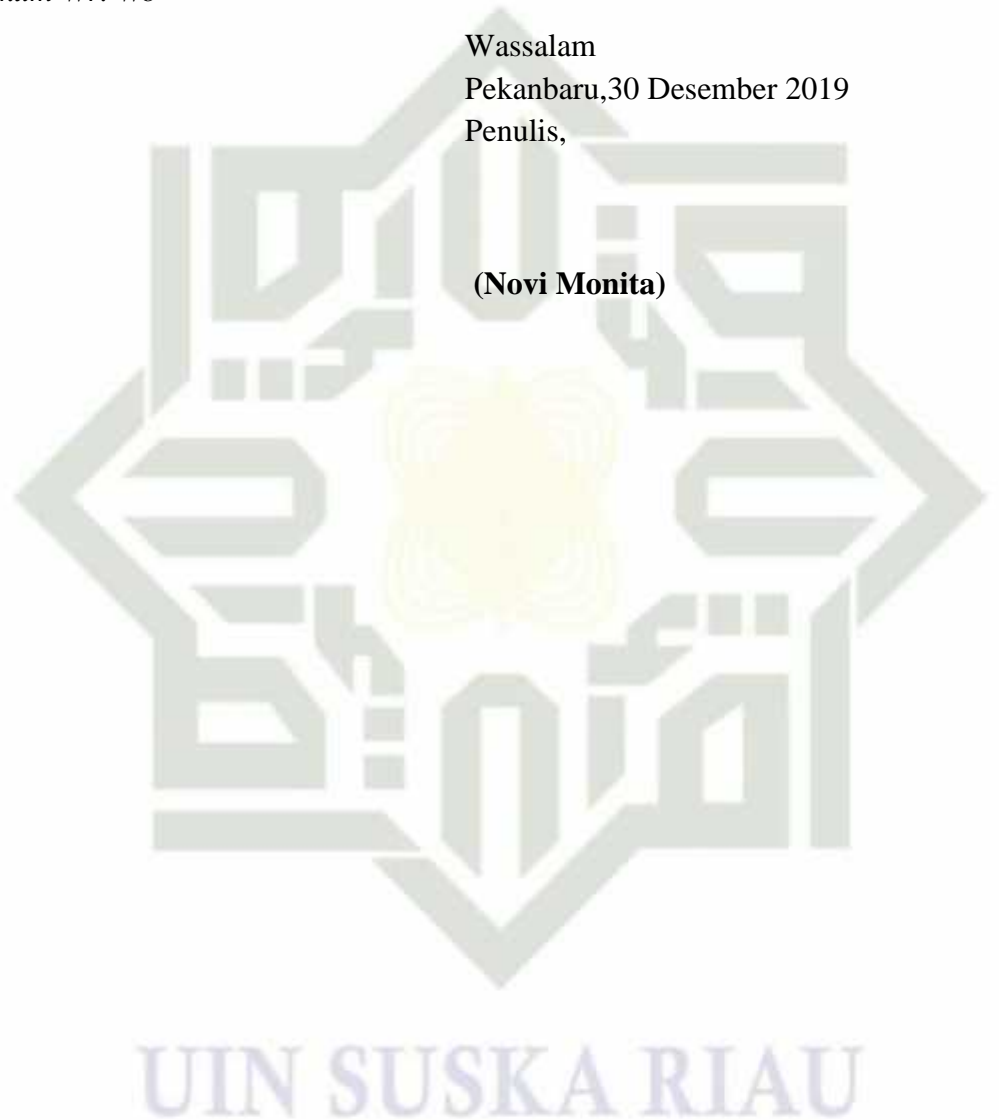
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Laporan ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari laporan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Wassalam
Pekanbaru, 30 Desember 2019
Penulis,

(Novi Monita)



DAFTAR ISI

	HALAMAN
COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR RUMUS	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Dimensi Kualitas Produk	7
2.1.1 Produk Berupa Barang	8
2.1.2 Produk Berupa Jasa atau <i>Service</i>	9
2.2 Perilaku Konsumen	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.3 Teknik <i>Sampling</i>	11
2.3.1 <i>Random Sampling Or Probability Sampling</i>	13
2.3.2 <i>Nonrandom Sampling Or Nonprobability</i>	
2.4 Ukuran Sampel	15
2.5 Kuesioner	15
2.5.1 Prinsip Penulisan Kuesioner	15
2.6 Skala Dalam Kuesioner	17
2.6.1 Skala <i>likert</i>	17
2.6.1 Skala <i>Guttman</i>	18
2.6.3 Skala <i>Thurstone</i>	19
2.7 Uji validitas	19
2.8 Uji reliabilitas	19
2.9 Analisis Regresi	21
2.9.1 Sejarah Analisis Regresi	21
2.9.2 Persyaratan Penggunaan Model Regresi	21
2.9.3 Regresi Linier Berganda	22
2.10 Pengujian Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian	25
3.2 Studi Pendahuluan	26
3.2.1 Wawancara	26
3.2.2 Observasi	26
3.3 Studi Pustaka	26
3.4 Identifikasi Masalah	27
3.5 Perumusan Masalah	27
3.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian	27
3.7 Penentuan Populasi dan Sampel	28
3.8 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.9.1 Uji validitas	31
3.9.2 Uji reliabilitas.....	31
3.10 Pengumpulan Data.....	32
3.11 Pengolahan Data	33
3.12 Analisa Pengolahan Data	34
3.13 Kesimpulan dan Saran	35

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pendahuluan.....	36
4.2 Pengumpulan Data.....	36
4.2.1 Profil Perusahaan	36
4.2.2 Data Karakteristik Responden.....	37
4.2.3.1 Jenis Kelamin.....	37
4.2.3.2 Usia	38
4.2.3 Deskripsi Variabel Ketelitian.....	39
4.3 Pengolahan Data	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Reliabilitas	42
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	43
4.3.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
4.3.3.2 Uji F	44
4.3.3.3 Uji T	44
4.4 Pengujian Hipotesis	45

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Validitas Dan Reliabilitas.....	47
5.1.1 Validitas	47
5.1.2 Reliabilitas	47
5.2 Analisa Hasil Pengolahan Data	47
5.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2.2 Uji F	48
5.2.3 Uji T	48
5.2.3.1 Regresi Linier Berganda.....	48
5.2.3.2 Analisa Uji Hipotesa	49

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	51
6.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	25
4.1	Jenis Kelamin	38
4.2	Usia Responden.....	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

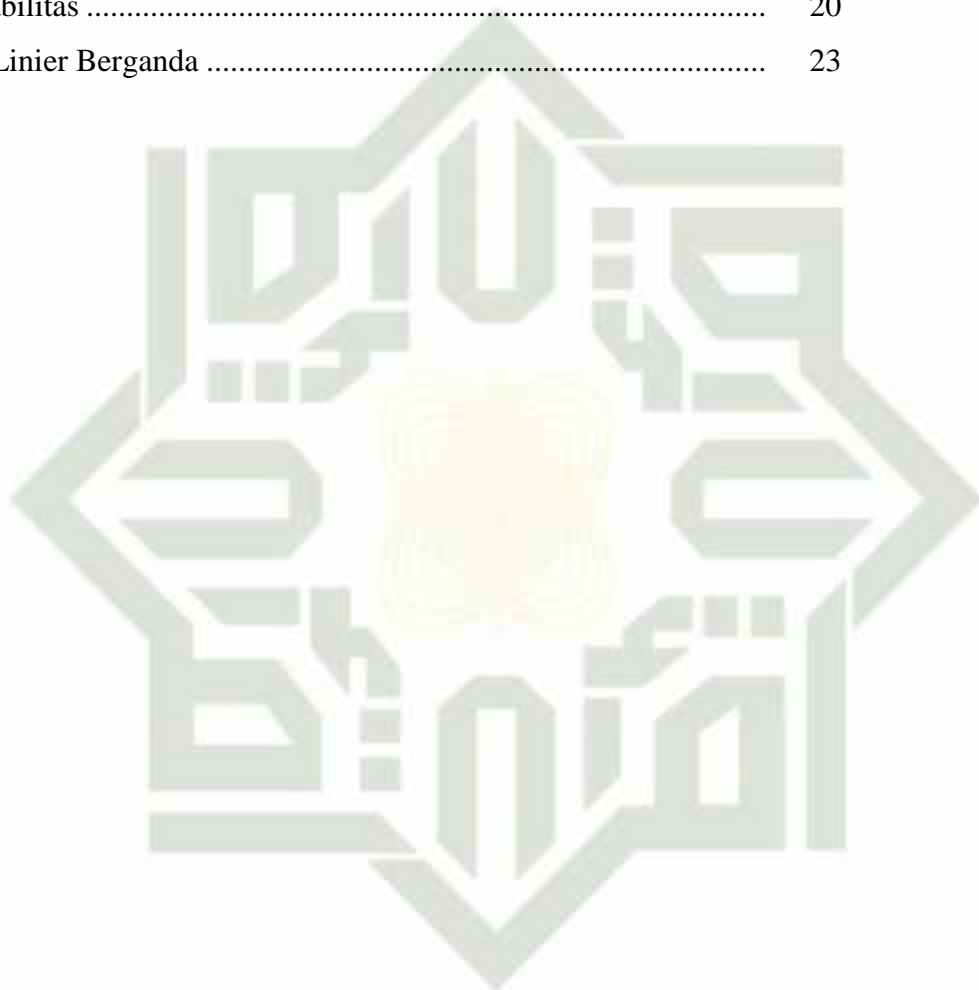
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Jumlah Total Produksi pada tahun 2018	3
3.1	Kuesioner	29
3.2	Uji Validitas kuesioner	31
3.3	Uji reliabilitas kuesioner	32
4.1	Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2	Kelompok Responden Berdasarkan Usia	39
4.3	Rekapitulasi data kusioner	40
4.4	Hasil Uji Validitas	42
4.5	Hasil Uji Reliabilitas	43
4.6	Hasil Uji R^2	43
4.7	Hasil uji F	44
4.8	Hasil uji T	44
4.9	Hasil Perhitungan Uji Hipotesis	46

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1 Sampel.....	15
2.2 Uji Validitas	19
2.3 Uji Reliabilitas	20
2.4 Regresi Linier Berganda	23



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pasar sebuah industri usaha kecil dan menengah sangat bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Banyaknya pesaing dalam usaha kecil dan menengah menjadikan perusahaan harus berfikir untuk meningkatkan volume penjualan. Oleh sebab itu kualitas produk dan pelayanan yang lebih baik akan meningkatkan tingkat konsumtif dari konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya volume penjualan akan meningkat keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan mencari apa faktor yang mempengaruhi meningkat volume penjualan yaitu kualitas produk atau pelayanan terhadap konsumen, maka dari perusahaan harus melakukan sebuah penelitian terhadap konsumen untuk mendapatkan apa yang diharapkan konsumen ketika ingin membeli produk di pabrik.

Semakin banyaknya bisnis usaha yang berkembang khususnya *home industry*, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar bisnis tersebut bangkrut karena beberapa faktor. Salah satunya adalah faktor manajemen yang sederhana, yaitu kurangnya modal usaha dan hilangnya konsumen untuk mencari alternatif produsen lain. Dalam bidang pemasaran kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual atau disebut dengan loyalitas konsumen.

Untuk mampu menciptakan loyalitas konsumen tersebut, para pengembang usaha perlu memiliki suatu strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.

Pabrik Tahu “Pak Budi” merupakan industri kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang pembuatan tahu, dalam hal ini tahu yang dihasilkan ada dua jenis yaitu tahu biasa dan tahu sumedang. Pabrik Tahu “Pak budi”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki pemasaran di wilayah Panam dan sekitarnya. Sejak pabrik ini didirikan sistem penjualan yang diterapkan di *home industry* ini yaitu dengan menggunakan sistem konsinyasi di pasar tradisional dan dijual eceran di lokasi pabrik.

Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997). Menurut Adam & Ebert (1992; 256), menyatakan bahwa “*Quality is the customer’s perception*”. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa. Dimensi kualitas produk dapat dipaparkan sebagai berikut (Widodo, 2012).

Sejak awal dibukanya Pabrik Tahu “Pak Budi” hingga kini penjualan tahu mengalami peningkatan dan penurunan setiap bulannya. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Pabrik Tahu “Pak Budi” adalah tingkat penjualan tahu yang dihasilkan, sejak pabrik beroperasi tingkat penjualan tahu yang tidak konsisten. Dengan permasalahan yang ada perusahaan harus mencari solusi untuk meningkatkan tingkat penjualan tahu. Maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk agar produk yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk lainnya dan pelayanan terhadap konsumen.

Tabel 1.1 Jumlah Total Produksi pada tahun 2018

No.	Bulan	Produksi	Penjualan (Ember)
1	Januari	2200	1600
2	Februari	2100	1450
3	Maret	2100	1640
4	April	2300	1632
5	Mei	2350	1600
6	Juni	2800	2100
7	Juli	2500	1750
8	Agustus	2200	1600
9	September	2200	1558
10	Oktober	2200	1450
11	November	2100	1400
12	Desember	2100	1380

(Sumber : Pabrik Tahu “Pak Budi”, 2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan mengalami peningkatan pada bulan juni sedangkan pada bulan agustus hingga desember mengalami penurunan. Berdasarkan wawancara pihak pabrik penurunan penjualan diakibatkan karena berkurangnya permintaan dari konsumen, hal ini disebabkan sudah bermunculan pabrik-pabrik yang memproduksi tahu yang sejenis, hal ini dapat menyebabkan berkurangnya permintaan dari konsumen yaitu ibu rumah tangga dan pedagang dipasar tradisional. Oleh sebab itu untuk meningkatkan volume penjualan pihak pabrik perlu melakukan perumusan yang lebih baik dan efektif.

Berdasarkan permasalahan diatas ingin melakukan analisis faktor kualitas produk dan pelayanan mempengaruhi volume penjualan produk tahu “ Pak Budi” dengan menggunakan metode regresi. Dengan metode regresi dapat mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan dapat mempengaruhi volume penjualan.

Hal ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan supaya meningkatkan volume penjualan. Maka dengan latar belakang masalah diatas penulis mengambil judul “Analisa pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap volume penjualan “ Pak Budi” dengan menggunakan metode regresi.”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah “ Bagaimana mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap volume penjualan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk menjadi pertimbangan dalam perencanaan, penetapan strategi dan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan kualitas produk dan pelayanan Pabrik Tahu “Pak Budi”.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan ke dalam aspek yang nyata.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5 Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam pembuatan laporan ini tidak menyimpang dan sesuai dengan tujuan maka dibuatlah batasan-batasan laporan ini diantaranya:

1. Data penjualan yang digunakan adalah data penjualan tahun 2018.
2. Produk yang diproduksi ada 3 yaitu tahu biasa, tahu kuning dan tahu sumedang yang dijadikan sebagai bahan penelitian hanya tahu biasa.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar laporan ini terstruktur dan tersusun dengan baik maka perlu adanya suatu sistematika didalam penulisannya, adapun sistematika laporannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini memaparkan tentang latar belakang, permasalahan, tujuan, manfaat, serta batasan yang berkenaan dalam permasalahan Pabrik Tahu “Pak Budi”.

BAB II LANDASANTEORI

Padabab ini menerangkan teori-teori yang menunjang atau dasar yang digunakan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun terori-teori yang didapatkan bersumberkan dari jurnal,buku dan media lainnya yang dapat membantu secara teoritis dari penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGIPENELITIAN

Metodologi penelitian menguraikan seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama penelitian berlangsung pada Pabrik Tahu “Pak Budi”.

BAB IV PENGUMPULANDANPENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah semua yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan teknis pengolahan data untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB V ANALISA

Bab ini berisikan analisis dan pembahasan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Rangkuman dari proses pengumpulan dan pengolahan data yang kemudian dianalisa untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Serta saran yang dikemukakan untuk penyusunan laporan penelitian pada masa yang akan datang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

2.1 Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan cirri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997). Menurut Adam & Ebert (1992; 256), menyatakan bahwa “*Quality is the customer's perception*”. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa. Dimensi kualitas produk dapat dipaparkan sebagai berikut (Widodo, 2012).

2.1.1 Produk Berupa Barang

Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak dari yang mereka janjikan. Persaingan merek yang tajam belakangan ini memaksa para marketer untuk memberikan daya tarik yang lebih baik daripada pesaingnya. Maklum, adanya berbagai merek membuat konsumen diuntungkan. Konsumen memilih suatu merek adalah kualitas produk. Kualitas produk tidak diragukan lagi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk yang dapat diterima adalah elemen utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Garvin (1987) telah mengungkapkan adanya delapan dimensi kualitas produk yang bisa dimainkan oleh pemasar. *Performance, feature, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics*, dan *perceived quality* merupakan kedelapan dimensi tersebut (Widodo, 2012):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dimensi *performance* atau kinerja produk Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
2. Dimensi *reliability* atau keterandalan produk, dimensi kedua adalah keterandalan, yaitu peluang suatu produk benas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
3. Dimensi *feature* atau fitur produk, dimensi *feature* merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau *option* bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.
4. Dimensi *durebility* atau daya tahan daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet. Produk yang awet akan dipresepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang cepet habis atau cepat diganti.
5. Dimensi *conformance* atau kesesuaian, *conformance* adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.
6. Dimensi *serviceability* atau kemampuan diperbaiki sesuai dengan maknanya, disini kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki: mudah, cepat, dan kompeten. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibanding produk yang tidak atau sulit diperbaiki.
7. Dimensi *aesthetic* atau keindahan tampilan produk *aesthetic* atau keindahan menyangkut tampilan produk yang membuat konsumen suka. Ini seringkali dilakukan dalam bentuk desain produk atau kemasannya. Beberapa merek memperbaharui wajahnya supaya lebih cantik dimata konsumen.
8. Dimensi *perceivedquality* atau kualitas yang dirasakan, dimensi terakhir adalah kualitas yang dirasakan. Ini menyangkut penilaian konsumen terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

citra, merek, atau iklan. Produk-produk yang bermerek terkenal biasanya dipresepsikan lebih berkualitas dibanding merek-merek yang tidak terdengar. Itulah sebabnya produk selalu berupaya membangun mereknya sehingga memiliki *brand equity* yang tinggi. Tentu saja ini tidak dapat dibangun semalam karena menyangkut banyak aspek termasuk dimensi kualitas dari kinerja, fitur, daya tahan, dan sebagainya.

2.1.2 Produk Berupa Jasa atau *Service*

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006: 181). Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Menurut Zeithaml et al (1990), dari hasil penelitian pada 12 fokus grup di Amerika menghasilkan adanya 10 dimensi kualitas jasa pelayanan dan selanjutnya disederhanakan menjadi 5 dimensi, yaitu (Widodo, 2012):

1. *Reliability* (keandalan) kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara tepat.
2. *Responsiveness* (ketanggapan) keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan seharga.
3. *Empathy* (empati) rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

4. *Assurance* (kepastian) pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.
5. *Tangible* (keberwujudan) penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil, dan perlengkapan-perengkapan komunikasi.

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. *The American Marketing Association* mendefenisikan perilaku konsumen yaitu interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (Setiadi, 2003).

2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut (Setiadi, 2003):

1. Faktor kebudayaan

a. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

b. Sub-Budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya-sub-budayanya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

c. Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Faktor sosial

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b. Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya, baik dalam keluarga, klub dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3. Faktor pribadi

a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk atau jasa tertentu.

c. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya.

4. Faktor psikologis

Faktor psikologis meliputi faktor dari segi motivasi dan persepsi konsumen. Motivasi adalah beberapa kebutuhan yang bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus dan lain sebagainya.

2.3 Teknik Sampling

Sampel adalah sebagian dari populasi. Artinya tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi. Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti. Penelitian yang dilakukan atas seluruh elemen dinamakan sensus. Idealnya, agar hasil penelitiannya lebih bisa dipercaya, seorang peneliti harus melakukan sensus. Namun karena sesuatu hal peneliti bisa tidak meneliti keseluruhan elemen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

tadi, maka yang bisa dilakukannya adalah meneliti sebagian dari keseluruhan elemen atau unsur tadi (Safriandi, 2015).

Berbagai alasan yang masuk akal mengapa peneliti tidak melakukan sensus antara lain, populasi demikian banyaknya sehingga dalam prakteknya tidak mungkin seluruh elemen diteliti, keterbatasan waktu penelitian, biaya, dan sumber daya manusia, membuat peneliti harus telah puas jika meneliti sebagian dari elemen penelitian, bahkan kadang, penelitian yang dilakukan terhadap sampel bisa lebih reliabel daripada terhadap populasi misalnya, karena elemen sedemikian banyaknya maka akan memunculkan kelelahan fisik dan mental para pencacahnya sehingga banyak terjadi kekeliruan. Agar hasil penelitian yang dilakukan terhadap sampel masih tetap bisa dipercaya dalam artian masih bisa mewakili karakteristik populasi, maka cara penarikan sampelnya harus dilakukan secara seksama. Cara pemilihan sampel dikenal dengan nama teknik sampling atau teknik pengambilan sampel.

Populasi atau *universe* adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang dijadikan obyek penelitian. Jika yang ingin diteliti adalah sikap konsumen terhadap satu produk tertentu, maka populasinya adalah seluruh konsumen produk tersebut. Jika yang diteliti adalah laporan keuangan perusahaan "X", maka populasinya adalah keseluruhan laporan keuangan perusahaan "X" tersebut. Jika yang diteliti adalah motivasi pegawai di departemen "A" maka populasinya adalah seluruh pegawai di departemen "A". Jika yang diteliti adalah efektivitas gugus kendali mutu (GKM) organisasi "Y", maka populasinya adalah seluruh GKM organisasi "Y".

Elemen atau unsur adalah setiap satuan populasi. Kalau dalam populasi terdapat 30 laporan keuangan, maka setiap laporan keuangan tersebut adalah unsur atau elemen penelitian. Artinya dalam populasi tersebut terdapat 30 elemen penelitian. Jika populasinya adalah pabrik sepatu, dan jumlah pabrik sepatu 500, maka dalam populasi tersebut terdapat 500 elemen penelitian. Secara umum, ada dua jenis teknik pengambilan sampel yaitu:

2.3.1 *Random sampling or probability sampling*

Yang dimaksud dengan *random sampling* adalah cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi. Artinya jika elemen populasinya ada 100 dan yang akan dijadikan sampel adalah 25, maka setiap elemen tersebut mempunyai kemungkinan 25/100 untuk bisa dipilih menjadi sampel (Safriandi, 2015).

1. *Simple random sampling* atau sampel acak sederhana

Cara atau teknik ini dapat dilakukan jika analisis penelitiannya cenderung deskriptif dan bersifat umum. Perbedaan karakter yang mungkin ada pada setiap unsur atau elemen populasi tidak merupakan hal yang penting bagi rencana analisisnya.

2. *Stratified random sampling* atau sampel acak distratifikasikan

Karena unsur populasi berkarakteristik heterogen, dan heterogenitas tersebut mempunyai arti yang signifikan pada pencapaian tujuan penelitian, maka peneliti dapat mengambil sampel dengan cara ini

3. *Cluster sampling* atau sampel gugus

Teknik ini biasa juga diterjemahkan dengan cara pengambilan sampel berdasarkan gugus.

4. *Systematic sampling* atau sampel sistematis

Jika peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara random, cara pengambilan sampel sistematis dapat digunakan

5. *Area sampling* atau sampel wilayah

Teknik ini dipakai ketika peneliti dihadapkan pada situasi bahwa populasi penelitiannya tersebar di berbagai wilayah.

2.3.2 *Nonrandom sampling or nonprobability sampling*

Yang dimaksud dengan *nonrandom sampling* atau *nonprobability sampling*, setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Lima elemen populasi dipilih sebagai sampel karena letaknya dekat dengan rumah peneliti, sedangkan yang lainnya, karena jauh, tidak dipilih,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

artinya kemungkinannya 0 (nol). Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti sebagai berikut (Safriandi, 2015):

1. *Convenience sampling*

Dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja.

2. *Purposive sampling*

Sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Dua jenis sampel ini dikenal dengan nama *judgement* dan *quota sampling*.

3. *Judgment Sampling*

Sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Misalnya untuk memperoleh data tentang bagaimana satu proses produksi direncanakan oleh suatu perusahaan, maka manajer produksi merupakan orang yang terbaik untuk bisa memberikan informasi

4. *Quota sampling*

Teknik sampel ini adalah bentuk dari sampel distratifikasikan secara proposional, namun tidak dipilih secara acak melainkan secara kebetulan saja

5. *Snowball sampling*

Cara ini banyak dipakai ketika peneliti tidak banyak tahu tentang populasi penelitiannya. Dia hanya tahu satu atau dua orang yang berdasarkan penilaiannya bisa dijadikan sampel. Karena peneliti menginginkan lebih banyak lagi, lalu dia minta kepada sampel pertama untuk menunjukan orang lain yang kira-kira bisa dijadikan sampel.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Ukuran Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut *Universe*. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut Populasi Infinit atau tak terbatas, dan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti (populasi yang dapat diberi nomor identifikasi). Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian, sampel sendiri secara harfiah berarti contoh (Nasution, 2003).

Pada penelitian ini masyarakat atau konsumen yang membeli produk Permata Sari *Bakery* tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung sampel minimum, teknik sampling yang digunakan adalah formula Lemeshow. Formula Lemeshow digunakan untuk populasi yang tidak diketahui (Rendy, 2013).

$$n = \frac{z^2 \times P(1-p)}{d^2} \dots \dots \dots (2.1)$$

Keterangan:

- N = Jumlah sampel
 Z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96
 P = maksimal estimasi = 0,5
 D = Alpha (0.10) atau *sampling error* = 10 %

2.5 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Yola, 2013).

2.5.1 Prinsip Penulisan Kuesioner

Prinsip ini menyangkut beberapa faktor yaitu isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup terbuka-negatif positif,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, pertanyaan tidak mengarahkan, panjang pertanyaan, dan urutan pertanyaan (Sugiyono, 2012).

1. Isi dan tujuan pertanyaan yang dimaksud disini adalah, apakah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan? Kalau berbentuk pengukuran maka dalam membuat pertanyaan harus teliti, setiap pertanyaan harus skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.
2. Bahasa yang digunakan dalam penulisan kuesioner (angket) harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden.
3. Tipe dan bentuk pertanyaan dalam angket dapat terbuka atau tertutup, (kalau dalam wawancara terstruktur dan tidak terstruktur). Dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif atau negatif.
4. Pertanyaan tidak mendua, setiap pertanyaan dalam angket jangan mendua (*double-barreled*) sehingga menyulitkan responden untuk memberikan jawaban
5. Tidak menanyakan yang sudah lupa, setiap pertanyaan dalam instrumen angket, sebaiknya juga tidak menanyakan hal-hal yang sekiranya responden sudah lupa.
6. Pertanyaan tidak menggiring, pertanyaan dalam angket sebaiknya juga tidak menggiring ke jawaban yang baik saja atau ke yang jelek saja.
7. Pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi.
8. Urutan pertanyaan dalam angket, dimulai dari yang umum menuju ke hal yang spesifik, atau dari yang mudah menuju ke hal yang sulit, atau diacak.
9. Prinsip pengukuran, angket yang diberikan kepada responden merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti.
10. Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket.

2.6 Skala Dalam Kuesioner

Penskalaan adalah proses menetapkan nomor-nomor atau symbol-simbol terhadap suatu atribut atau karakteristik yang bertujuan untuk mengukur atribut atau karakteristik tersebut. Alasan penganalisis sistem mendesain skala adalah sebagai berikut (Yola, 2013) :

1. Untuk mengukur sikap atau karakteristik orang-orang yang menjawab kuesioner.
2. Agar responden memilih subjek kuesioner.

Ada empat bentuk skala pengukuran kuesioner yaitu:

1. *Nominal*

Skala nominal digunakan untuk mengklasifikasikan sesuatu. Skala nominal merupakan bentuk pengukuran yang paling lemah, umumnya semua analisis bisa menggunakannya untuk memperoleh jumlah total untuk setiap klasifikasi.

2. *Ordinal*

Skala ordinal sama dengan skala nominal, juga memungkinkan dilakukannya klasifikasi. Perbedaannya adalah dalam ordinal juga menggunakan susunan posisi. Skala ordinal sangat berguna karena satu kelas lebih besar atau kurang dari kelas lainnya.

3. *Interval*

Skala interval memiliki karakteristik dimana interval di antara masing-masing nomor adalah sama.

2.6.1 Skala *likert*

Skala likert pertama kali dikembangkan oleh Rensis *Likert* pada tahun 1932 dalam mengukur sikap masyarakat. Dalam skala ini hanya menggunakan item yang secara pasti baik dan secara pasti buruk. Item yang pasti disenangi, disukai, yang baik, diberi tanda negatif (-). Total skor merupakan penjumlahan skor responsi dari responden yang hasilnya ditafsirkan sebagai posisi responden. Skala ini menggunakan ukuran ordinal sehingga dapat membuat *ranking* walaupun tidak diketahui berapa kali

salah satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya. Prosedur dalam membuat skala *likert* adalah sebagai berikut (Safriandi, 2015):

1. Pengumpulan item-item yang cukup banyak dan relevan dengan masalah yang sedang diteliti, berupa item yang cukup terang disukaikan dan yang cukup terang tidak disukai
2. Item-item tersebut dicoba kepada sekelompok responden yang cukup representatif dari populasi yang ingin diteliti.
3. Pengumpulan responsi dari responden untuk kemudian diberikan skor, untuk jawaban yang memberikan indikasi menyenangkan diberikan skor tertinggi.
4. Total skor dari masing-masing individu adalah penjumlahan dari skor masing-masing item dari individu tersebut
5. Responsi dianalisa untuk mengetahui item-item mana yang sangat nyata batasan antara skor tinggi dan skor rendah dalam skala total. Untuk mempertahankan konsistensi internal dari pertanyaan maka item yang tidak menunjukkan korelasi dengan total skor atau tidak menunjukkan beda yang nyata apakah masuk ke dalam skor tinggi atau rendah dibuang. Biasanya disediakan empat pilihan skala dengan format seperti:
 - a. Sangat setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Kurang setuju (KS)
 - d. Tidak Setuju (TS)

2.6.2 Skala Guttman

Skala Guttman dikembangkan oleh Louis Guttman. Skala ini mempunyai ciri penting, yaitu merupakan skala kumulatif dan mengukur satu dimensi saja dari satu variabel yang multi dimensi, sehingga skala ini termasuk mempunyai sifat undimensional. Skala Guttman yang disebut juga metode *scalogram* atau analisa skala (*scale analysis*) sangat baik untuk menyakinkan peneliti tentang kesatuan dimensi dari sikap atau sifat yang diteliti, yang sering disebut isi universal (*universe of content*) atau atribut universal (*universe attribute*).

2.6.3 Skala Thurstone

Yang menjadi pembeda dalam penyusunan skala antara *Likert* dan *Thurstone* terletak pada perlakuan setelah item jadi. Setelah item tersusun langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah membuat format untuk proses penilaian oleh *Judges*. Setiap item diberikan alternatif respon dengan rentang skala 11, ke sebelas rentang skala tersebut diberikan keterangan dengan huruf A sampai K.

2.7 Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa baik lonstruk penelitian didefinisikan oleh variabel pengukuran yang digunakan. Uji validitas didalam pengujian dilakukan untuk melakukan analisis faktor berdasarkan variable-variabel yang ada didalam penelitian (Sabil, 2012).

Validitas menguji seberapa baik instrument dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dngan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots (2.2)$$

Keterangan:

- R = Koefisien korelasi
- X = Skor item X
- Y = Skor item Y
- N = Banyaknya sampel dalam penelitian

2.8 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dari reliabilitas pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, dengan melihat nilai *cronbach alpha* sebesar 0,5 maka pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten dan relavan terhadap variable serta reliabel (Sabil, 2012).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kehandalan suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut bebas kesalahan dan arena itu menjamin pengukuran yang konsistensi lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument. Dengan kata lain. Kehandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana 4instrument pengukur konsep dan membantu nilai ketetapan sebuah pengukuran. Rumus *cronbach alpha* dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai atau berbentuk skala.

$$r_{tot} = \frac{2(r_{tt})}{1 + r_{tt}} \dots \dots \dots (2.3)$$

Keterangan:

r_{tot} = Angka reliabilitas keseluruhan item

r_{tt} = Angka reliabilitas belahan pertama dan kedua

Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item angket yang valid. Item yang tidak valid tidak dilibatkan dalam pengujian reliabilitas. Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh > 0,60 ada pendapat lain yang mengemukakan baik atau buruknya reliabilitas insrtumen dapat dikonsultasikan dengan nilai (r_{tabel}). Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas, maka digunakan kriteria sebagai berikut :

1. Kurang dari 0,2 : Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
2. 0,2 - <0,4 : Sangat kecil (tidak erat)
3. 0,4 - <0,7 : Hubungan cukup erat
4. 0,7 - < 0,9 : Erat (*reliable*)
5. 0,9 - < 1,0 : Sangat erat
6. 1 : Sempurna

Setelah dilakukan pengujian terhadap data hasil penyebaran kuesioner, maka dapat diketahui tingkat validitas dan reliabilitas data juesioner tesebut, jika data yang diambil belum valid maka perlu melakukan perancangan kembali terhadap kuesioner yang disebarakan. Atau data-data yang tidak valid dibuang dan

tidak diikuti sertakan karena data lain yang sudah valid telah mewakili data yang dimaksud. Tetapi jika data sudah valid maka dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya (Suhaji,2012).

2.9 Analisis Regresi

2.9.1 Sejarah Analisis Regresi

Istilah regresi pertama kali diperkenalkan oleh Sir Francis Galton pada tahun 1886. Galton menemukan adanya tendensi bahwa orang tua yang memiliki tubuh tinggi memiliki anak-anak yang tinggi, orang tua yang pendek memiliki anak-anak yang pendek pula. Kendati demikian. Ia mengamati bahwa ada kecenderungan tinggi anak cenderung bergerak menuju rata-rata tinggi populasi secara keseluruhan. Dengan kata lain, ketinggian anak yang amat tinggi atau orang tua yang amat pendek cenderung bergerak kearah rata-rata tinggi populasi. Inilah yang disebut hukum Galton mengenai regresi universal. Dalam bahasa galton, ia menyebutkan sebagai regresi menuju mediokritas. Hukum regresi semesta (*law of universal regression*) dari Galton diperkuat oleh temannya Karl Pearson, yang mengumpulkan lebih dari seribu catatan tinggi anggota kelompok keluarga. Ia menemukan bahwa rata-rata tinggi anak laki-laki kelompok ayah (yang) pendek lebih besar dari pada tinggi ayah mereka, jadi “mundurnya” (*regressing*) anak laki-laki yang tinggi maupun yang pendek serupa kearah rata-rata tinggi semua laki-laki. Dengan kata lain Galton, ini adalah “kemunduran kearah sedang”. (Agustina, 2009)

2.9.2 Persyaratan Penggunaan Model Regresi

Model kelayakan regresi linear didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

1. Model regresi dikatakan layak jika angka signifikansi pada ANNOVA sebesar < 0.05 .
2. *Predictor* yang digunakan sebagai variabel bebas harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka *Standard Error of Estimate* $< Standard Deviation$.
3. Koefisien regresi harus signifikan. Pengujian dilakukan dengan Uji T. Koefisien regresi signifikan jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ (nilai kritis).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Tidak boleh terjadi multikolinieritas, artinya tidak boleh terjadi korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah antar variabel bebas. Syarat ini hanya berlaku untuk regresi linier berganda dengan variabel bebas lebih dari satu.
5. Tidak terjadi otokorelasi. Terjadi otokorelasi jika angka Durbin dan Watson (DB) sebesar < 1 dan > 3 .
6. Keseluruhan model regresi dapat diterangkan dengan menggunakan nilai r^2 semakin besar nilai tersebut maka model semakin baik. Jika nilai mendekati 1 maka model regresi semakin baik. Nilai r^2 mempunyai karakteristik diantaranya: 1) selalu positif, 2) Nilai r^2 maksimal sebesar 1. Jika nilai r^2 sebesar 1 akan mempunyai arti kesesuaian yang sempurna. Maksudnya seluruh variasi dalam variabel Y dapat diterangkan oleh model regresi. Sebaliknya jika r^2 sama dengan 0, maka tidak ada hubungan linier antara X dan Y.
7. Terdapat hubungan linier antara variabel bebas (X) dan variabel tergantung (Y).
8. Data harus berdistribusi normal.
9. Data berskala interval atau rasio.

2.9.3 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara peubah respon (variabel *dependent*) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu prediktor (variabel *independent*).

Regresi linier berganda hampir sama dengan regresi linier sederhana, hanya saja pada regresi linier berganda variabel bebasnya lebih dari satu variabel penduga. Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan nilai Y atas X. Jika pada regresi sederhana hanya ada satu variabel dependen (Y) dan satu variabel independen (X), maka pada kasus regresi berganda, terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Dalam praktek bisnis, regresi berganda justru lebih banyak digunakan, selain karena banyaknya variabel dalam

Dalam banyak kasus yang menggunakan regresi berganda, pada umumnya jumlah variabel dependen berkisar dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel independen dianggap akan tidak efektif. Secara matematis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut :

Keterangan :

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ = variabel yang diketahui (*independent variable*)

Asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier multipel adalah:

1. Linier
2. Data minimal interval (data metrik)
3. Tidak ada autokorelasi
4. Tidak ada multikolinieritas
5. Tidak ada heterokedastisitas

2.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dibagi menjadi :

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil nilai t hitung untuk kemampuan (X_1) adalah 3,019 dan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%; $df=n-k-1$ ($25-2-1$) = 22 dan uji satu sisi diperoleh t tabel yaitu = 1,717 yang berarti bahwa nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif kemampuan (X_1) terhadap kinerja (Y) dapat diterima. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil nilai t hitung untuk motivasi (X_2) adalah 3,6217 dan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%; $df=n-k-1$ ($25-2-1$) = 22 dan uji satu sisi diperoleh t tabel yaitu = 1,717 yang berarti bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nilai t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif motivasi (X_1) terhadap kinerja (Y) dapat diterima.

2. Pengujian Hipotesis Secara Serentak (Simultan) atau (Uji F). Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dimana F tabel 3,44 sedangkan F hitung 25,91 F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat ditarik kesimpulan Penolakan H_0 berarti koefisien regresi adalah signifikan atau tidak dapat dianggap sama dengan nol, sehingga variabel X_1 , X_2 , (Kemampuan dan Motivasi) didalam model regresi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja.



UIN SUSKA RIAU

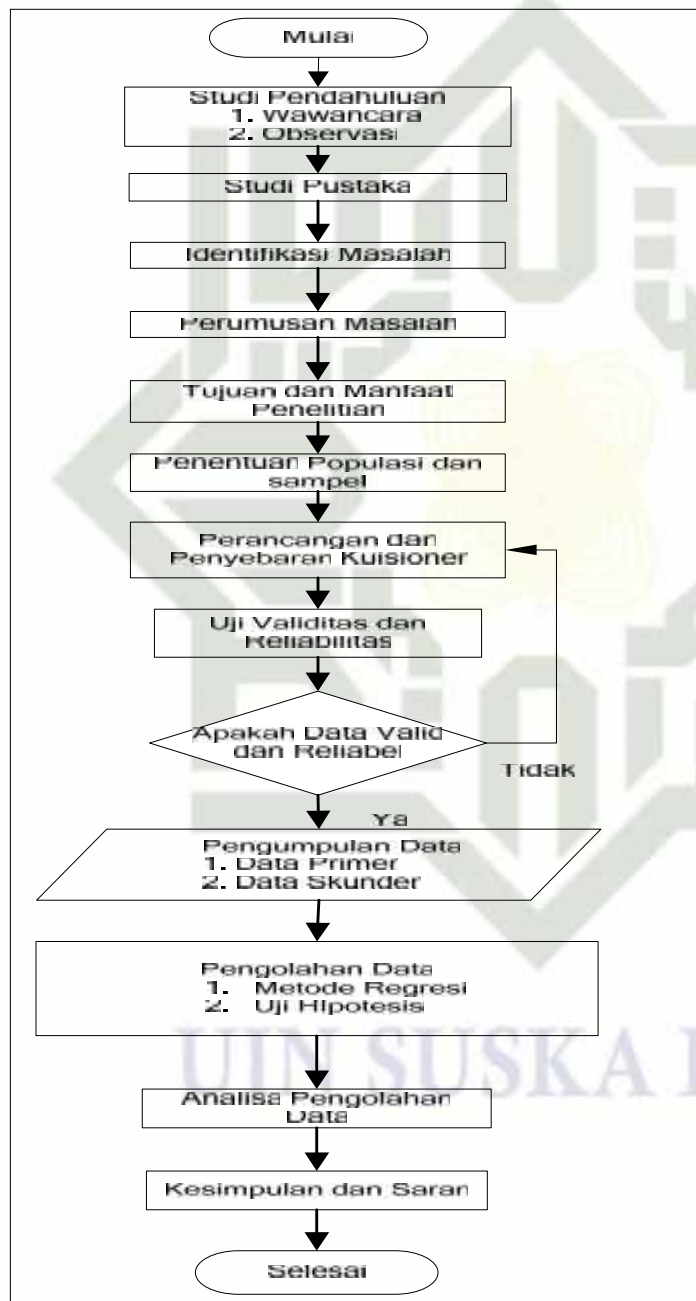
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Berikut adalah *Flowchart* penelitian yang ditunjukkan oleh peneliti dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara dan observasi ke lapangan dengan pihak atau lembaga terkait yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan informasi tersebut maka didapat tahap penyelesaian masalah yang ada pada Pabrik Tahu “Pak Budi” .

3.2.1 Wawancara

Pada langkah ini peneliti melakukan wawancara pada pemilik usaha. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi, mengenai penyebab permasalahan penurunan omset penjualan yang terjadi pada Pabrik Tahu “Pak Budi” .

3.2.2 Observasi

Pada langkah ini peneliti melakukan peninjauan langsung pada Pabrik Tahu “Pak Budi” , dan melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan pada pelanggan Pabrik Tahu “Pak Budi” dan pesaing. Untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari permasalahan yang ada pada usaha Pabrik Tahu “Pak Budi” .

3.3 Studi Pustaka

Studi pustaka bertujuan untuk memahami konsep dasar ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari atau menelaah dan menganalisa teori-teori dan konsep-konsep yang saling berhubungan. Sumber-sumber diperoleh dari buku-buku, modul atau jurnal, artikel-artikel dan skripsi atau penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, literatur ini juga didapatkan dari internet dan dari perpustakaan.

Topik atau tema yang dicari adalah topik atau tema yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan khususnya metode pemecahan masalah yang digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan permasalahan-permasalahan yang menyangkut strategi pemasaran Pabrik Tahu “Pak Budi” .

3.4 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan wawancara pada pemilik usaha dan penyebaran kuesioner pendahuluan, serta didukung oleh teori-teori dan konsep yang relevan maka dapat diketahui, permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut. Identifikasi dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Mengumpulkan masalah-masalah yang terjadi

Setelah wawancara dan observasi, maka dapat diketahui permasalahan-permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut yaitu, penurunan omset penjualan, bertambahnya pesaing dengan produk yang sejenis pada usaha tersebut.

2. Menganalisa masalah terjadi

Setelah dapat mengumpulkan data-data mengenai masalah yang terjadi pada Pabrik Tahu “Pak Budi” , maka selanjutnya akan dianalisa inti dari permasalahan yang akan diteliti.

3.5 Perumusan Masalah

Perumusan yang baik akan membantu dalam menyelesaikan masalah, karena dalam tujuan terdapat suatu batasan yang terinci atas ruang lingkup permasalahan utama. Tujuan dari perumusan masalah ini untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini. Agar memudahkan peneliti dalam menentukan konsep-konsep teoritis yang telah ditelaah dan memilih metode pengujian data yang tepat. Dari identifikasi masalah maka didapatlah suatu rumusan masalah yaitu bagaimana merancang strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan AHP .

3.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan sebelumnya, maka ditetapkanlah tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk merancang strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan AHP.

Manfaat penelitian terbagi atas dua yaitu bagi perusahaan dan bagi peneliti. Bagi perusahaan yang memberikan kontribusi masukan dan sebagai bahan evaluasi dalam memperbaiki kinerja karyawan, serta mengetahui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami Pabrik Tahu “Pak Budi” serta memanfaatkan kekuatan menjadi sebuah peluang agar dapat bertahan di dunia usaha, untuk pengembangan kedepan agar dapat mengatasi penurunan omset dan persaingan yang semakin kompetitif, dan bagi peneliti yaitu mendapatkan pengalaman dan menganalisis permasalahan yang ada pada suatu usaha, dan dapat menambah wawasan dalam memahami ilmu Teknik Industri.

3.7 Penentuan Populasi dan Sampel

Sebelum melakukan penyusunan kuesioner terlebih dahulu yang harus dilakukan ialah menentukan siapa yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian. Agar data yang didapat nantinya akurat dan sesuai, yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah konsumen yang membeli produk Pabrik Tahu “Pak Budi” . Dan sampelnya yaitu beberapa konsumen pada Pabrik Tahu “Pak Budi” .

Pada penelitian ini masyarakat atau konsumen yang membeli tahu Pabrik Tahu “Pak Budi” tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung sampel minimum, teknik sampling yang digunakan adalah formula *Lemeshow*. Formula *Lemeshow* digunakan untuk populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times P(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95 % =1,96

P = maksimal estimasi =0,5

D = Alpha (0.10) atau *sampling error* =10 %

Sehingga,

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Maka sampel yang perlu diambil adalah 100 responden

3.8 Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Kuisisioner berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis mengenai masalah yang akan diteliti, kuisisioner yang dirancang disesuaikan dengan variabel-variabel yang telah ditentukan. Menentukan variabel yang digunakan dalam penelitian menjadi sangat penting dan mengetahui setiap pengaruh yang ada pada kinerja karyawan

Perancangan kuesioner (angket) ini dilakukan, agar kuesioner yang disebarkan nantinya menjadi efektif dalam memperoleh data yang diperlukan peneliti. Pernyataan diberikan kepada karyawan sebagai faktor internal dan konsumen sebagai faktor eksternal pada Pabrik Tahu “Pak Budi”. Skala yang dipergunakan dalam pengukuran data adalah *rating scale*. *Rating scale* yaitu data yang diperoleh semuanya adalah data mentah yang diperoleh berupa angka yang kemudian dikualitatifkan. Ada pun kuesioner yang telah dirancang sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kuesioner

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu – Ragu	Tidak Setuju)	Sangat Tidak Setuju
Kualitas Produk						
1.	Tahu Memiliki Rasa Yang Enak					
2.	Tekstur Tahu Tidak Lembek					
3.	Tahu Bersih Dan Higienis					

Tabel 3.1 Kuesioner (lanjutan)

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu – Ragu	Tidak Setuju)	Sangat Tidak Setuju
4.	Tahu Berwarna Putih					
5.	Tahu Tidak Bau					
6.	Harga Tahu Relatif Murah					
7.	Adanya Potongan Harga Ketika Membeli Dengan Jumlah Banyak					
8.	Ada 3 Jenis Tahu Yang Dijual					
Pelayanan						
9.	Karyawan Ramah Ketika Melayani Pembeli					
10.	Karyawan Memiliki Sifat Jujur					
11.	Karyawan Menjaga Kebersihan Pabrik					
12.	Menggunakan Sarung Tangan Ketika Mengambil Tahu					
Volume Penjualan						
13.	Kualitas Tahu Bagus Maka Daya Beli Akan Meningkatkan					
14.	Responden Pelayanan Yang Ramah Akan Meningkatkan Daya Beli Konsumen					
15.	Permintaan Konsumen Bertambah Maka Meningkatkan Volume Penjualan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum menyebarkan kuesioner, terlebih dahulu penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS 16.0. Uji ini dilakukan untuk mengukur kekuatan kuesioner yang dibuat agar bisa digunakan dalam penelitian.

3.9.1 Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan menghasilkan nilai yang sesuai dengan tujuan alat ukur. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} terhadap r_{tabel} , yang diolah dengan bantuan *software* SPSS 17. Sebelum kuesioner ditanyakan valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji terlebih dahulu, yaitu dengan metode *pre test* responden yang diuji adalah sebanyak 10 untuk konsumen Pabrik Tahu “Pak Budi” dan jumlah ini sudah mencukupi. Data dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel, dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.2 Uji Validitas kuesioner

No	Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Pernyataan 1	.765	0.632	Valid
2	Pernyataan 2	.868	0.632	Valid
3	Pernyataan 3	.716	0.632	Valid
4	Pernyataan 4	.642	0.632	Valid
5	Pernyataan 5	.911	0.632	Valid
6	Pernyataan 6	.765	0.632	Valid
7	Pernyataan 7	.736	0.632	Valid
8	Pernyataan 8	.750	0.632	Valid
9	Pernyataan 9	.889	0.632	Valid
10	Pernyataan 10	.714	0.632	Valid
11	Pernyataan 11	.687	0.632	Valid
12	Pernyataan 12	.684	0.632	Valid

3.9.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner yang digunakan relatif konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih pada responden yang berbeda. Reliabilitas kuesioner berkaitan dengan skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran. Metode yang

digunakan untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Alpha Cronbach* yang didapat dengan bantuan *Software SPSS* 16.

Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas, maka digunakan kriteria berikut:

1. Kurang dari 0,2 : Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
2. 0,2 - <0,4 : Sangat kecil (tidak erat)
3. 0,4 - <0,7 : Hubungan cukup erat
4. 0,7 - < 0,9 : Erat (*reliable*)
5. 0,9 - < 1,0 : Sangat erat
6. 1 : Sempurna

Adapun hasil pengolahan *Software SPSS* 16 nilai *Alpha Cronbach* dapat dilihat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.3 Uji reliabilitas kuesioner

Eksternal		
<i>Cronbach Alpha</i>	N of Items	Keterangan
.834	12	Erat (<i>reliable</i>)

3.10 Pengumpulan Data

Untuk menghasilkan suatu penelitian yang ilmiah dan bisa dipertanggungjawabkan, data merupakan hal yang sangat signifikan. Oleh sebab itu data yang dikumpulkan harus benar riil dan bukan rekayasa. Data dikumpulkan menggunakan metode survei pada perusahaan. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan dua jenis pengumpulan data yaitu:

1. Data primer
Data ini diperoleh dari survey peneliti, yaitu observasi dan wawancara dan penyebaran kuesioner pada konsumen.
2. Data sekunder
Data ini didapat dari berkas-berkas perusahaan, misalnya profil perusahaan, data penjualan dan lain-lain, yang mendukung dalam penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.11 Pengolahan Data

Setelah data diperoleh (dikumpulkan), maka tahapan selanjutnya yang dilakukan pada penelitian adalah mengolah data tersebut. Pengolahan dilakukan agar data-data yang terkumpul sebelumnya, agar dapat dianalisa dan dapat diambil kesimpulan berdasarkan tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Adapun pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Regresi

Setelah mendapatkan data-data yang diperlukan maka langkah selanjutnya mengolah data dengan menggunakan *software* SPSS 16.0. Adapun isi dari pengolahan data yaitu mengenai pengolahan data-data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data yaitu kuisioner untuk mendapatkan tujuan dari penelitian.

Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda karena menggunakan satu variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu volume penjualan dan dua variabel bebas atau variabel penjelas atau variabel yang mendahului yaitu faktor kualitas produk dan faktor kualitas pelayanan dan lingkungan pabrik. Uji regresi ini dapat dijadikan sebagai alat bantu yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara faktor kualitas produk terhadap volume penjualan dan faktor kualitas pelayanan dan lingkungan pabrik terhadap volume penjualan.

Apabila terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat maka dilanjutkan dengan uji kolerasi. Uji kolerasi ini merupakan isitlah yang digunakan untuk mengukur kekuatan atau ada tidaknya hubungan antar variabel. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh varaibel bebas terhadap variabel terikat.

2. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima maka dengan menggunakan tingkat koefisiensi masing-masing variabel. Penulis akan menguji hubungan dan pengaruh faktor kualitas produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap volume penjualan dan faktor kualitas pelayanan dan lingkungan pabrik terhadap volume penjualan dengan menentukan hipotesa:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = 0$$

Berarti pengaruh kualitas produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq 0$$

Berarti pengaruh kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan .

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan dan lingkungan pabrik terhadap volume penjualan

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = 0$$

Berarti pengaruh kualitas pelayanan dan lingkungan pabrik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq 0$$

Berarti pengaruh kualitas pelayanan dan lingkungan pabrik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Dengan kriteria :

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak dan } H_1 \text{ diterima}$$

$$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0 \text{ diterima dan } H_1 \text{ ditolak}$$

3.12 Analisa Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, maka selanjutnya kita dapat menganalisa lebih mendalam hasil pengolahan data tersebut. Analisa terhadap hasil perhitungan pengolahan data menggunakan SWOT dan AHP, yang dilakukan untuk memberi penjabaran tentang pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.13 Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir yang dilakukan dari suatu penelitian adalah pengambilan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan yang diambil berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Berisikan poin-poin hasil dari pengolahan data dan analisa terhadap penelitian yang telah dilakukan.

Sedangkan saran berisikan rekomendasi mengenai segala hal yang dapat dilakukan untuk menutup kekurangan yang terjadi, apabila tujuan belum sepenuhnya tercapai. Saran yang diberikan diharapkan bersifat membangun untuk tahap perbaikan penelitian maupun kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Validitas Dan Reliabilitas

5.1.1 Validitas

Dari hasil uji validitas yang dilakukan dapat diambil kesimpulan semua pertanyaan yang ada di variabel kualitas produk, pelayanan dan volume penjualan ada valid. Pertanyaan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat dilihat tabel 4.4 bahwa nya semua pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dinyatakan valid. Dilihat dari hasil uji validitas dapat dianalisa bahwa pertanyaan yang ada dikuesioner sangat mudah dipahami oleh responden yang sebagian besar merupakan wanita atau ibu rumah tangga dan pedagang sehingga apa bila ingin melakukan penelitian selanjutnya pertanyaan bisa digunakan kembali.

5.1.2 Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.5 untuk variabel kualitas, pelayanan dan volume penjualan dinyatakan reliabel. Dapat diambil kesimpulan bahwa responden sangat konsisten ketika mengisi skala yang ada pada kuesioner sehingga ketika ingin melakukan penelitian selanjutnya kuesioner bisa digunakan kembali dan mendapat kan hasil yang sama dengan responden yang sama.

5.2 Analisa Hasil Pengolahan Data

5.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 4.6 nilai adalah $R^2 Adjusted$ sebesar 0,909 atau sebesar 90,9%. Jika menggunakan nilai $R^2 Adjusted$, maka pengaruh kualitas dan pelayanan terhadap volume adalah sebesar 9,09% atau dapat dikatakan memiliki pengaruh yang sangat kuat. Hal ini disebabkan karena konsumen memperhatikan kualitas tahu dan pelayanan sehingga sangat berpengaruh terhadap penjualan. Apabila kualitas dan pelayanan tidak bagus akan menyebabkan konsumen akan berkurang sehingga penjualan akan ikut berkurang.

5.2.2 Uji F

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada tabel sebesar 0,000 yang kecil dari nilai 0,05 dan berarti bahwa variabel kualitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume. Hal ini dapat di analisa bahwa konsumen sangat memperhatikan kualitas produk dan pelayanan ketika saat membeli produk. Jadi apabila kualitas dan pelayanan sangat bagus maka konsumen akan merasa puas sehingga akan meningkatkan penjualan produk atau sebaliknya.

5.2.3 Uji T

5.2.3.1 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis variabel yang mempelajari pengaruh hubungan antara dua atau lebih variabel. Dari pengolahan data regresi linier berganda pada bab sebelumnya pada Tabel 4.8 didapat nilai untuk volume penjualan sebesar 0,002 untuk kualitas produk sebesar 0,825 dan pelayanan sebesar 0,540. Dari kedua variabel tersebut diketahui bahwa nilai paling besar yaitu variabel kualitas produk hal ini berarti dalam penelitian ini tingkat pengaruh paling besar terjadi pada variabel kualitas produk.

1. Nilai konstanta sebesar 0,002 satuan menunjukkan peningkatan volume penjualan dianggap konstan, maka peningkatan penjualan adalah sebesar 0,002.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) yaitu 0,825 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap volume penjualan (Y). Tanda positif menunjukkan arah hubungan yang positif, apabila kualitas produk meningkatkan maka volume penjualan juga akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel lain tetap, sebaiknya perusahaan memperhatikan kualitas produk sehingga konsumen akan merasa puas dan meningkatkan penjualan.
3. Koefisien regresi pelayanan (X_2) yaitu -0,540 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap volume penjualan (Y). Tanda negatif menunjukkan arah hubungan yang negatif, dapat dikatakan bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

volume penjualan (Y) memiliki hubungan yang berlawanan dengan pelayanan sehingga disimpulkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.

5.2.3.2 Analisa Uji Hipotesa

Uji hipotesis dilakukan untuk membuktikan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima atau ditolak. Alpha atau tingkat ketelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebesar 5% (0,05). Dari hasil uji T didapatkan hasil nilai t_{hitung} dari variabel kualitas produk sebesar 18,429, sedangkan nilai t_{hitung} dari variabel pelayanan sebesar -8,055 dengan ini apabila dibanding kan dengan nilai t_{tabel} yang sebesar 1,9847, dari perbandingan itu dapat diketahui bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel volume penjualan. Pada variabel pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan karena terbukti dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dengan keputusan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Dalam hal ini berdasarkan t_{hitung} paling tinggi yaitu pada variabel kualitas produk paling mempunyai pengaruh signifikan.

Berdasarkan hasil uji T didapatkan hasil bahwa kualitas produk paling mempunyai pengaruh yang signifikan karena konsumen yang sebagian wanita atau ibu rumah tangga. Hal ini dapat dilihat ketika konsumen membeli tahu pertama memilih tahu yang rasa nya enak karena beberapa produsen yang menjual tahu yang agak terasa asam, yang kedua lebih memilih tahu yang teksturnya lembt atau tidak lembek karena apa bila tahu yang lembek lebih berair sehingga mudah rusak atau hancur ketika dipegang atau dimasak, yang ketiga memilih tahu yang memiliki warna putih yang bersih karena pada saat proses produksi kacang kedelai yang digunakan dicuci dengan bersih dan apabila kurang bersih tahu akan menjadi agak berwarna kuning, yang keempat tahu dalam keadaan bersih hal ini sangat berpengaruh karena konsumen lebih menyukai tahu yang bersih karena ada beberapa produk tidak menjaga kebersihan tahu sehingga ada tahu yang memiliki bercak kuning, selanjutnya konsumen juga memilih tahu yang tidak menimbulkan bau karena apabila pabrik menggunakan air yang bersih dan bahan baku yang berkualitas maka tahu yang dihasilkan tidak akan menimbulkan bau, terus hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

yang paling utama yaitu harga yang relatif murah daripada pedagang tahu dipasar tradisional hal ini sangat membantu bagi ibu rumah tangga yang memiliki ekonomi menengah kebawah dan bagi pedagang. Dan apa bila mengambil dalam jumlah besar pabrik akan memberikan potongan harga yang sebagian besar konsumen adalah para pedagang tahu dan makanan. Pabrik pun memiliki beberapa jenis tahu yang dijual sehingga konsumen pun memiliki beberapa pilihan tergantung kebutuhan konsumen.

Berdasarkan variabel pelayanan didapatkan hasil bahwa pelayanan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dilihat ketika konsumen membeli tahu karyawan melayani dengan sangat cepat sehingga tidak terlalu banyak terjadi interaksi terhadap konsumen dan karyawan karena karyawan harus membagi waktu untuk memproduksi tahu dan melayani konsumen. Dan dilihat dari dari aspek kebersihan karyawan sangat menjaga kebersihan tapi tidak terlalu berpengaruh kepada konsumen karena kebersihan sangat berpengaruh ketika produksi tahu agar kualitas tahu baik. Pada saat melayani konsumen yang ingin membeli satuan karyawan menggunakan plastik untuk mengambil tahu dan langsung memasukkan tahu kedalam plastik sehingga tahu dalam keadaan bersih sedangkan para pedagang membeli jumlah banyak akan membeli dengan menggunakan ember. Hal yang paling utama yaitu karyawan memiliki sifat jujur ketika melayani konsumen yaitu menghitung tahu sesuai dengan yang diminta dan mengembalikan uang konsumen apabila berlebih. Hal yang menyebabkan pelayanan tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan karena konsumen menganggap bahwa pelayanan yang seperti itu adalah hal yang wajar ketika bertransaksi bersama produsen tahu sehingga tidak terlalu mempengaruhi daya beli dari konsumen.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh bahwa nilai t_{hitung} dari variabel kualitas produk sebesar 18,429, sedangkan nilai t_{hitung} dari variabel pelayanan sebesar -8,055 dengan ini apabila dibanding kan dengan nilai t_{tabel} yang sebesar 1,9847, dari perbandingan itu dapat diketahui bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel volume penjualan. Pada variabel pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan karena terbukti dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dengan keputusan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Dalam hal ini berdasarkan t_{hitung} paling tinggi yaitu pada variabel kualitas produk paling mempunyai pengaruh signifikan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap volume penjualan maka saran yang perlu diajukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayan sehingga volume penjualan pun akan meningkat.
2. Bagi penelitian selanjutnya dengan adanya penelitian ini diharapkan adapat menjadi sumber ide bagi peneliti-peneliti yang ingin mendalami permasalahan ini selanjutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. Jurnal Faktor-Faktor Motivasi yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada PT Gaya manunggal Kresitama.Universitas Guna Darma. 2009.
- Nasution, Rozaini., “*Teknik Sampling*”.Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara (Digized by USU Digital Library), Medan, 2003.
- Rendy,.Defie. “ Analisa Pengaruh Activity Based Costing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Organisasi”. JurnalAkuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra, Surabaya, 2013.
- Sabil, Yahya. ”*Respon Afektif Terhadap Kegagalan Jasa Kemaran Penyesalan dan Retaliatory Conciliatory Response*”Skripsi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Depok, 2012
- Safriandi, Rino. ”Strategi Pemasaran Kacang Agogo sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing Industri kecil Menggunakan SWOT dan AHP”.SkripsiTeknikIndustri, Pekanbaru, 2015.
- Setiadi, Nugroho J.”*Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”.Prenada Media, Jakarta Timur, 2003.
- Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif. Penerbit Alfabeta, Bandung. 2006
- Suhaji dan Wijaya, A. Pengaruh Kemampuan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala. Semarang. 2012.
- Widodo, OkkyWenkyca.” Analisis Pengaruh Kualitas Produk,KualitasLayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012.
- Yola, Melfa, dkk.” Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada *Supermarket* dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*”.Jurnal Teknik Industri, Riau, 2013.



bidang akademik maupun non akademik. Penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi melalui jalur SBMPTN dan lulus di jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU.

Penulis menyelesaikan perkuliahan pada tanggal 23 desember 2019 lewat sidang tugas akhir dan dinyatakan lulus. Setelah menyelesaikan tugas akhir ini berharap tugas akhir ini bermanfaat untuk masa yang akan datang. Berikut adalah sosial media penulis yang dapat dihubungi:

Email : novi.monita94@gmail.com

Instagram : Inop_jp

Facebook : Novi Monita

BIOGRAFI PENULIS

Penulis laporan tugas akhir ini bernama Novi Monita yang biasa dipanggil Novi. Dilahirkan di Bukittinggi pada tanggal 08 April 1994. Anak Ke-3 dari pasangan Bapak Harmon dan Ibu Ermanita. Penulis memulai Pendidikan di TK Muslim Siak, SD Negeri 1 Siak, SMP Negeri 1 Siak dan SMA Negeri 1 Siak.

Pada waktu SMA penulis aktif dalam kegiatan organisasi seperti OSIS dan Organisasi Kepemudaan. Penulis juga sering mengikuti beberapa perlombaan di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.